

# **Pengaruh *Brand Trust* dan *Brand Image* Terhadap *Brand Loyalty* Mie Goreng Instan Merek Indomie di Jakarta**

Rizqo Topano Zuriattson<sup>1</sup>

---

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran kepercayaan merek dan citra merek dan pengaruh mereka terhadap loyalitas merek Indomie mi goreng. Selain itu juga untuk menguji secara empiris pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek Indomie mi goreng. Untuk menguji secara empiris pengaruh citra merek terhadap loyalitas merek Indomie mi goreng dan untuk menguji secara empiris kepercayaan merek dan citra merek secara simultan terhadap loyalitas merek Indomie mi goreng. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi dengan menyebarkan kuesioner. Jenis dan sumber data menggunakan data primer. Hasil asil penelitian menunjukkan bahwa citra merek secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek. Kemudian, kepercayaan merek secara parsial juga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas merek. Bersamaan, kepercayaan merek dan brand citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek.

**Kata Kunci :** Kepercayaan Merek, Citra Merek, Loyalitas Merek

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

# **Pengaruh *Brand Trust* dan *Brand Image* Terhadap *Brand Loyalty* Mie Goreng Instan Merek Indomie di Jakarta**

Rizqo Topano Zuriattson<sup>2</sup>

---

## ***ABSTRACT***

*The purpose of this research are to find out description of brand trust and brand image and their influence on brand loyalty Indomie mi goreng. Other than that is to empirically examine the effect of brand trust on brand loyalty Indomie mi goreng. To examine empirically the effect of brand image on brand loyalty Indomie Indomie mi goreng. And to examine empirically brand trust and brand image simultaneously on brand loyalty Indomie mi goreng. Data collection techniques using observational methods to distribute questionnaires. Types and sources of data using primary data. The results of the study showed that acyl partial brand image has a positive and significant effect on brand loyalty. Then, the partial brand trust also has a positive and significant impact on brand loyalty. Simultaneously, brand trust and brand image and the brand has a significant positive effect on brand loyalty.*

**Keywords :** Brand Trust, Brand Image, Brand Loyalty

---

<sup>2</sup> Student of Bakrie University, Management Major